

## REPENSANDO O CONSUMISMO: UMA REFLEXÃO SOBRE A NECESSIDADE DE UM “CONSUMO RESPONSÁVEL”

Andréia Barreto do Nascimento Brum<sup>1</sup>, Clayton Hillig<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Especialista em Educação Ambiental

<sup>2</sup> Professor/orientador no Curso de Especialização em Educação Ambiental da UFSM.

### RESUMO

O trabalho foi desenvolvido por meio de uma pesquisa bibliográfica reflexiva sobre a necessidade de conter o consumismo, com o incentivo ao questionamento dos motivos que nos levam à aquisição de algum produto e a adoção de ações que fortaleçam a educação das pessoas quanto à importância de preservar o meio ambiente natural de nosso planeta, tão prejudicado pela atuação do homem na busca da sobrevivência e do desenvolvimento. Também foi realizada uma pesquisa de campo sobre o que um grupo de jovens considera consumo responsável, além do relato de experiências concretas na redução do consumo através da aplicação da prática dos “erres” ecológicos. Sem dúvida, a utilização do consumo responsável é um ótimo caminho para contribuir com este processo de recuperação dos recursos naturais de nosso planeta e, para isto, precisamos utilizar, cotidianamente, os Erres, pelos menos os quatro mais utilizados: reduzir, reutilizar, reciclar e repensar. Onde Repensar, embora tenha sido integrado aos demais, posteriormente, seja de fundamental relevância por sugerir a reflexão, a maneira mais eficiente de internalizarmos o conhecimento como um valor maior, necessário a nossa existência como indivíduos.

Palavras-chave: repensar, consumo, responsabilidade, educação ambiental.

### ABSTRACT

The work was developed through a literature reflecting on the need to counter consumerism, encouraged the questioning of the motives that lead us to purchase any product and adopting actions that strengthen the education of people about the importance of preserving natural environment of our planet, so damaged by the actions of man in pursuit of survival and development. Was also conducted field research on what a group of young people deemed responsible consumption, as well as reports of practical experiences in reducing energy consumption by implementing the practice of "r's" green. Undoubtedly, the use of responsible drinking is a great way to contribute to this process of recovery of natural resources of our planet and for this we need to use in everyday life, the Erres at least the four most commonly used: reduce, reuse, recycle and rethink. Rethinking where, although it was integrated with other, later, is of fundamental importance because it suggests the reflection, the most efficient way to internalize knowledge as a higher value, necessary to our existence as individuals.

Word-key: rethinking, consumer responsibility, environmental education.

## INTRODUÇÃO

O aumento das técnicas de produção de bens de consumo originou sociedades que se caracterizam pela diversidade e o baixo custo das mercadorias. A sociedade da abundância dos dias atuais se contrapõe à sociedade da escassez de tempos anteriores, levando à padronização do estilo de vida dos países com economia capitalista e o comportamento da população destes.

Surgiu um modelo de comportamento social e de utilização de produtos industrializados para todas as nações que se encontram sob influência das grandes economias capitalistas, onde a adoção de um “consumo responsável” seria um dos caminhos a ser seguido para a manutenção do bem estar da humanidade e da vida no planeta. Assim, torna-se urgente que através da educação ambiental, forme-se uma consciência sobre o uso controlado dos recursos naturais na produção industrial e a diminuição do consumismo.

Portanto, este trabalho objetiva demonstrar se os jovens distinguem o que é um consumo responsável e se o praticam como conduta pessoal, ressaltando a necessidade do incentivo ao consumo responsável como forma de contribuir com a preservação do meio ambiente. Além de promover a reflexão sobre a aquisição ou consumo de produtos que as pessoas consideram essenciais ao seu cotidiano.

Sabe-se que os impactos do uso descontrolado dos recursos naturais pelo homem estão ocasionando grandes alterações no meio ambiente natural e num futuro próximo, poderão comprometer totalmente a viabilidade da vida em nosso planeta. No Quarto Relatório de Avaliação do Painel Intergovernamental sobre Mudanças no Clima, aprovado em Bruxelas em abril de 2007, as projeções sobre estes impactos nos trazem dados preocupantes como, por exemplo, que a capacidade de resiliência de muitos ecossistemas será superada pela combinação de diferentes perturbações causadas pelas ações antrópicas.

Outro dado relevante trata das desigualdades existentes entre o consumo de ricos e pobres, pois os recursos naturais são bens planetários da humanidade como um todo, e Guiddens (2000) afirma: “Os 20% mais ricos da população mundial são responsáveis por 86% das despesas de consumo privado, ao passo que os 20% mais pobres respondem por apenas 1,3% desses gastos.” O mesmo autor observa que um indivíduo comum dos países ricos consome dez vezes mais recursos naturais do que uma pessoa de um país menos desenvolvido.

Assim, precisamos repensar nossas condutas como indivíduos sociais, buscando através de uma ação conjunta de comprometimento com o bem estar e o futuro de toda a humanidade, uma mudança consciente das práticas nocivas ao meio ambiente natural e a adoção de um novo padrão de consumo.

As gerações do início do século XX vivenciaram experiências sociais e culturais completamente diferentes do que hoje presenciamos nas atitudes do homem das sociedades atuais. As opções de mercadorias eram poucas e as necessidades de entretenimento e satisfação de um indivíduo estavam limitadas a tecnologia de um rádio ou de um toca-discos. Com o aumento da tecnologia, o acesso a mercadorias que, algum tempo atrás, eram consideradas muito caras, foi facilitado e o consumo, tem sido proporcionalmente, desnecessário e inconsequente.

O consumismo da sociedade moderna tornou-se mais uma preocupação para os defensores de um meio ambiente saudável, de acordo com os preceitos de um desenvolvimento sustentável para o bem estar de todas as sociedades. Cabe aqui ressaltar que segundo Kitamura (1994), inicialmente, o conceito de desenvolvimento sustentável não refletia uma preocupação ecológica ou ambiental e sim, o interesse do setor pesqueiro e para garantir a exploração florestal.

## REVISÃO DE LITERATURA

O objetivo deste tópico é demonstrar como o processo de consolidação da sociedade de consumo e da economia capitalista alteraram os valores e os comportamentos sociais, instigando a adoção de estratégias que amenizem os efeitos negativos destas mudanças.

Para Silva (2009), o consumo hoje, está associado a muitas outras questões, que vão além do motivo inicial para a aquisição ou uso de um produto, que é o da necessidade real, isto é, vital para a sobrevivência de um indivíduo ou um grupo social. Os meios de comunicação abriram espaço para que a mídia ficasse a serviço de grandes empresas, que buscam o lucro como objetivo principal, criando imagens de que a realização pessoal dos indivíduos passa pela obtenção de determinados produtos, situações ou status. Neste contexto, a educação sobre o uso adequado dos recursos naturais, com uma maior conscientização da juventude, principalmente, sobre o consumismo descontrolado, parece ser essencial.

Vive-se num planeta cheio de limitações estruturais e ambientais ao desenvolvimento pretendido por grande parte das sociedades humanas contemporâneas. Identificar as bases do consumo responsável para que este seja adotado como um valor cultural da humanidade tornou-se uma busca de grande relevância. Embora valores como a solidariedade e a preocupação com a preservação das espécies sejam defendidos por governantes e cidadãos conscientes, ainda há muito que aprimorar para que os modelos de desenvolvimento das sociedades atuais tornem-se ecologicamente corretos e sustentáveis.

Uma das grandes dificuldades do modelo econômico propagado pela sociedade capitalista atual é o incentivo ao consumo desenfreado dos mais variados tipos de bens, principalmente, daqueles que exibem avançadas inovações tecnológicas. Compra-se por razões que nada têm a ver com a necessidade do produto, por vaidade ou por ter preço acessível; até mesmo nos grupos sociais com menor renda acumula-se bens sem que estes sejam utilizados de forma efetiva, contribuindo para o desperdício e o uso abusivo dos recursos naturais.

Com o advento da razão como método de conhecimento e de alcance da felicidade humana, aliado ao fortalecimento dos ideais humanistas do Iluminismo Europeu do século XVIII, a oposição contra a regulamentação da economia pelo Estado, ganhou fôlego com os fisiocratas e posteriormente com o Liberalismo Econômico.

A defesa da liberdade para atividades industriais e comerciais somou-se à ideia de liberdade como um direito natural do indivíduo, solidificando o direito à propriedade privada. Então, a partir do Liberalismo e do fortalecimento do capitalismo, o ato de consumir bens tornou-se associado ao direito de escolha próprio dos indivíduos que usufruem do seu livre arbítrio, abandonando a ideia da coletividade ou a preocupação com o outro, isto é, com a sociedade em que se vive.

O individualismo liberal dificulta a percepção do momento em que se encontra nosso planeta, onde a natureza tem demonstrado através de catástrofes naturais à reação ao mau uso, pela ação antrópica, dos recursos disponíveis à sobrevivência de todos. Neste sentido faz-se necessário a adoção de uma nova conduta como cidadão de uma comunidade local, mas também de uma comunidade mundial, onde todos sofrerão as consequências.

O ato do consumo é muito mais complexo do que aparenta, as motivações para que se compre este ou aquele produto como forma de satisfazer uma necessidade pessoal não reflete, à primeira vista, a grande influência que os meios de comunicação e os padrões culturais da

sociedade industrializada criaram e promoveram como ordem social comum imposta à maioria dos povos. Facilmente percebemos, na maior parte da mídia cultural, as mensagens que levam os indivíduos a consumir quando estão insatisfeitos para que afastem a “tristeza” e que igualmente consomem mais quando estão “felizes” para que possam comemorar sua satisfação.

Precisamos adotar um padrão de consumo responsável, uma vez que a própria palavra “consumo” nos levou a uma idéia de apropriação em exagero, o consumismo. Consumir para atender as próprias necessidades não parece questionável, mas para que seja um ato responsável, precisa considerar as possibilidades futuras de se continuar usufruindo destes recursos, sem que haja prejuízo para outros indivíduos. Então a discussão é ampla e complexa, mas nem por isso inviável.

Se existe a pretensão de diminuir os efeitos nocivos do mau uso dos recursos naturais do planeta, é preciso idealizar novas condutas de comportamento, onde a equidade social seja uma característica e, isto inclui um padrão que se aproxime do consumo responsável e amenize ou reverta boa parte dos riscos das sociedades de hoje, onde predomina o paradigma da incerteza. Como reação a este paradigma, Harvey (2004) criou o conceito do “interesse da espécie”, onde um consenso sobre a expansão universal da vida deverá impor-se a projetos individuais ou políticos. Onde a incerteza do que conseguirá a ciência com seus mentores, para explicar e colaborar com a compreensão das possibilidades boas e ruins do avanço tecnológico e econômico, movimenta a busca de soluções.

Segundo Schimdt (1999, p 201): “A sociedade de risco é uma espécie de reverso da medalha do sistema industrial”. Por isso, o consumismo descontrolado é mais uma situação crítica a ser pensada pela “sociedade de risco” definida por Ulrich Beck (2005), onde as dificuldades de identificarmos ou prevermos o que poderá acontecer dependem de informações e dinâmicas políticas e sociais muito complexas, forçando a adoção de uma “modernização reflexiva”, como um sinônimo da sociedade moderna em confrontação, já que a natureza dos riscos mudou.

Em síntese, é esta reflexão sobre as consequências da sociedade de risco atual que precisamos instigar nos indivíduos sociais, pois a distribuição da riqueza da sociedade industrial está sendo gradativamente substituída pela preocupação com os riscos e a quem eles serão distribuídos.

No entanto se faz necessário perceber como as sociedades atuais chegaram a tal ponto de “desenvolvimento” tecnológico, muitas vezes considerado um sinônimo de progresso, e ainda assim passam longe de resolver em seus contextos os conflitos existenciais mais básicos de um ser humano. Pois embora, uma parcela dos indivíduos possa usufruir de confortos e estilos de vida que antes da chamada modernidade nem podiam ser imaginados, vivemos num sôfrego pela falta de tempo, pela ansiedade com aquilo que ainda não possuímos, pela imposição de padrões estéticos e pelas incertezas do cotidiano social em grande parte das sociedades do presente. O que faz com que o ser humano, uma criatura de capacidade intelectual admirável, pareça desorientado diante das perspectivas do futuro?

O tempo livre transformou-se num direito difícil de ser usufruído diante das inúmeras necessidades e obrigações da vida moderna, pois os indivíduos são coagidos constantemente a sentirem-se improdutivos, inacabados e insatisfeitos. O progresso tecnológico proporcionou tanto conforto e realização ao ser humano, que este não identifica mais suas necessidades subjetivas, isto é, pessoais. Os indivíduos aprendem ofícios para o trabalho ou apenas trabalham porque precisam comprar, ter, alimentar, usufruir, e não porque necessitam, ser, conviver, amar, viver...

Estas ações mais subjetivas não movimentam economias e foram ocupando uma posição de interesse menor, enquanto deveriam ser o significado maior de uma existência.

A modernidade gradativamente impôs uma racionalização produtiva que aos poucos envolveu outras instâncias da vida em sociedade, fazendo com que o individualismo se sobrepusesse às necessidades comuns à maioria, escravizando o sujeito ao poder do status social e político, da mídia e da própria ciência. Após superar a fase da escassez, o mundo moderno das economias dinâmicas e globais precisa buscar segurança além do conhecimento científico, dentro uma consciência ambiental complexa e universal instigadora, que é a da sociologia do ambiente, inicialmente constituída por Riley Dunlap e Willem Catton (Schmidt, 1999, p.176).

A influência da cultura, por consequência também dos meios de comunicação de massa, sobre as sociedades foi abordada por autores da chamada Escola de Frankfurt, como o sociólogo alemão Jürgen Habermas (1989 apud GUIDDENS, 2005, p. 375) que definiu uma “esfera pública”, criada a partir do amplo acesso à informação que nos foi proporcionado com a modernidade. A esfera pública seria um tipo de consenso cultural que contribuiria para o debate dos assuntos de maior relevância social para todos.

Um bom exemplo do efeito desta esfera pública seria a atuação dos novos movimentos sociais como o Greenpeace, onde o objetivo principal é que as pessoas do mundo todo fiquem cientes dos danos à natureza. No entanto, o próprio autor do conceito, defende que a esfera pública não se concretizou plenamente em decorrência da indústria cultural ter corrompido os propósitos públicos dos meios de informação, isto é, informar, debater, distrair ou divertir.

A publicidade e a conotação tendenciosa de parte das notícias veiculadas são expressões evidentes do poder de controle e manipulação de interesses que possui a mídia cultural atualmente. No entanto, John Thompson (1995, apud GUIDDENS, 2005, p.376) se posiciona de maneira mais favorável à mídia de massa moderna que, através de múltiplas formas de informação, estaria contribuindo para a formação do pensamento crítico. Claro que o maior acesso à informação proporcionou várias conquistas sociais e culturais, mas fica evidente que ela sozinha, isto é, sem o respaldo da visão crítica facilitada pela educação e pela reflexão, torna-se um poderoso instrumento de dominação social.

Os conceitos de obsolescência perceptiva e obsolescência planejada, criados a partir do momento em que o consumo se tornou o principal objetivo dos países sob a égide do capitalismo, são evidências do quanto as pessoas são coagidas a comprar de maneira ininterrupta.

Por obsolescência planejada se entende o tempo limite esperado para a duração de um produto; este deve durar um tempo suficiente para satisfazer o cliente e motivá-lo a aquisição de outro quando ocorrer um dano previamente planejado na fabricação do mesmo. Já por obsolescência perceptiva temos o status de poder ou “pertencimento” que um produto usado pela maioria dos indivíduos proporciona, motivando as pessoas a adquirirem produtos novos, que estão na moda (História das Coisas, documentário).

Os conceitos de obsolescência ganharam maior impulso dentro da economia capitalista em meados do século XX e foram absorvidos pela sociedade internacional como uma perspectiva natural do mercado, no entanto, evidenciam a irracionalidade do consumo desmedido e inconsequente para a preservação dos recursos naturais, necessários à vida de todos, uma vez que o impacto dos resíduos da produção industrial e do lixo doméstico têm sido desastroso para o meio ambiente natural.

Além do esgotamento dos recursos naturais, a questão da poluição ambiental também representa um grande risco social, pois grande parte do que num curto espaço de tempo é descartado, em função do ritmo de consumo das sociedades de hoje, não será reaproveitado mesmo que a reciclagem do lixo fosse uma prática na maioria delas. Como então manteremos este ritmo de produção linear constante num planeta com recursos naturais finitos? Com tanto consumo criou-se outro grande risco, onde colocar aquilo que é descartado pelas sociedades que mantêm o padrão de vida determinado pelas necessidades do mercado? Segundo Guiddens (2005, p 504): “Nesse contexto, o lixo deixa de ser o acúmulo nocivo de materiais, e passa a ser um recurso para a indústria e, até certo ponto, um meio de impulsionar ainda mais a inovação tecnológica”.

A incerteza caracteriza as possíveis soluções para tais questionamentos e o Estado tornou-se pouco representativo, como instituição que garantirá as conquistas individuais, deixando por isto de ser consenso na busca das respostas complexas que desejam as sociedades modernas. Quem passou a figurar como representante do êxito social, neste contexto de consumo global desenfreado, foram as economias melhor sucedidas na satisfação do seu mercado interno.

A realidade mundial e suas diversidades levam a humanidade a refletir sobre uma série de novas condições econômicas, políticas e ambientais que condicionam igualmente novas, relações sociais. O exercício mental para essa reflexão exige do homem contemporâneo uma maleabilidade necessária e característica às discussões mais complexas. Mas em virtude da velocidade em que ocorrem as alterações dos padrões culturais esse processo reflexivo deve ser constante e integrado ao presente, incitando o chamado paradigma da complexidade; sendo assim de grande relevância a percepção e a compreensão sobre este.

O paradigma da complexidade resulta da grande insegurança em que vive o homem atualmente diante de uma perspectiva para o futuro, que nem mesmo o avanço tecnológico e científico evidenciou garantir. Por isso as incertezas tornaram-se, simultaneamente, os questionamentos e as respostas do presente. A reflexão sobre as incertezas é complexa, fundamental e urgente para as sociedades que buscam um desenvolvimento sustentável harmonioso com as necessidades do planeta onde vivemos.

Consumir apenas porque está barato, tornou-se um impulso quase irresistível para a maioria dos jovens, que vivem sob a influência da propaganda, ainda mais se for algum produto que está na moda nos países ricos ou dominantes. Portanto, podemos organizar uma educação ambiental formadora de um maior senso crítico quanto ao porquê de estarmos consumindo alguns tipos de produtos e se estes realmente são necessários.

Os jovens e as crianças formam o grupo social mais vulnerável diante da influência da mídia, a pouca experiência e os estudos incompletos, facilitam o desmedido consumo de produtos, muitas vezes, completamente supérfluos. Com isso, faz-se necessário trabalhar algumas formas estratégicas de conscientização da juventude, para o desenvolvimento do senso crítico e a busca de um estilo de vida mais saudável para todo planeta.

A globalização permitiu que o acesso às informações tornasse a crise social e cultural perceptível em lugares do planeta que nunca tinham sido considerados significativos economicamente e geograficamente. O homem adotou um ritmo de vida alucinante e nada saudável para a preservação da vida no planeta Terra, onde a falta de perspectivas num curto prazo poderá impulsionar a humanidade em busca de soluções, que permitirão um convívio harmonioso, justo, equilibrado para todas as formas de vida, incluindo suas futuras gerações. O

paradigma da complexidade parece ser a teoria que aponta um possível caminho, na medida em que suscita a humanidade a pensar suas contradições.

Na formação intelectual dos jovens, pode-se estimular a percepção do custo real de muitos produtos, incentivando pensamentos mais humanistas, para que se valorize mais o ser do que o ter. Com um consumo responsável haverá menor desperdício, a socialização de indivíduos carentes será facilitada e os recursos naturais poupados, além da possibilidade de se formar uma conduta como uma espécie de “resistência cultural” aos padrões culturais de consumo, impostos pela mídia de massas e pelos interesses econômicos das grandes corporações.

Pensar nossas ações como estratégia de resistência cultural a tudo o que for contrário à preservação ambiental é outro caminho para que seja incentivada a responsabilidade sobre o que consumimos. Uma forma de resistência organizada e pacífica, mas comprometida com a idealização de uma sociedade onde equidade e respeito aos diferentes tipos de vida sejam práticas comuns de todos seus habitantes.

A valorização da cultura local ou regional e de produtos nacionais também pode ser incentivada, aumentando a auto-estima de nosso povo e estimulando a juventude a apreciá-los. Se mais instituições sociais de grande respaldo, isto é, popularidade, junto aos jovens e crianças, incorporarem o artesanato, a música, o teatro, a pintura e as tradições regionais como padrões estéticos e de valores importantes no contexto social, de forma mais rápida se dará a identificação cultural de seus indivíduos, que desta forma, poderão se tornar mais receptivos à mudança em suas condutas como cidadãos consumidores.

A conscientização de tais condutas poderá fortalecer ainda mais a re-educação de hábitos de consumo, uma vez que valorizando nossas raízes culturais será menos complicado resistir às referências de moda, padrão de beleza, desenvolvimento econômico e tecnológico, ditados pela globalização.

Segundo Colpo (2005), à medida que o consumo cresce a qualidade de vida piora. É com a educação, principalmente das futuras gerações, que poderemos conscientizar as comunidades da necessidade de mudar os hábitos de consumo, originando uma sociedade onde a propriedade privada não seja a meta principal, e compreenda-se que meu conforto não pode ser fruto do martírio de outras espécies, uma vez que ecossistemas e formas de vida estão interligados com a nossa possibilidade de sobrevivência.

O consumo pode revelar o desejo de alguns grupos de indivíduos de igualarem-se pela posse a um status social de maior prestígio, segundo padrões divulgados pelos meios de comunicação de massa. Para Pietrocolla (1998, p.44): “(...) Juros extorsivos, linha dura nos prazos de pagamento (...) o consumidor compra acima de tudo a ilusão de ser feliz. Esta é extensiva a toda população brasileira porque consiste, na verdade, numa fantasia e esta não é privilégio dos ricos apenas, é dos pobres também. Todos podem sonhar.” No entanto, a falta de informação e conhecimento comuns nos meios mais carentes, os distancia ainda mais da possibilidade de ascensão social, empregando-se o pouco que ganham em bens de pouca durabilidade ou de um baixo retorno em termos de conforto ou satisfação.

Igualmente os jovens, por terem menos experiência e serem mais facilmente seduzidos pela propaganda, caem nas “armadilhas” da mídia e aceleram o consumismo, muitas vezes, copiando modelos culturais que nada os identifica com sua comunidade de origem e fazendo com que pouco se interessem pelos problemas ambientais mundiais, quanto mais locais.

Segundo Capra (2002, p.99): “(...) O comportamento das pessoas é moldado e delimitado pela identidade cultural delas, a qual, por sua vez, reforça nelas a sensação de fazer parte de um grupo maior.”. E ser um jovem consciente na sociedade moderna é desafiador, à medida que a sociedade de consumo o impele a adotar os modelos sociais vigentes sob o risco de ficarem excluídos socialmente.

Assim, percebe-se que o debate sobre as condições para uma mudança dos comportamentos sociais, com um maior comprometimento de todos na preservação dos recursos naturais e das condições de sobrevivência das mais variadas formas de vida está longe de ser esgotado.

### ***Sustentabilidade X Consumo***

Neste item consideraremos os significados dos conceitos de sustentabilidade e de consumo, propondo diferentes perspectivas para suas abordagens.

O termo sustentabilidade aplica-se a diferentes situações, que dependem da instituição social ou valor moral e econômico que o emprega, sendo utilizado de maneira mais sistemática a partir da década de 80, com a definição de desenvolvimento sustentável pela Comissão Mundial para o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD), como aquele que permite o atendimento das necessidades das gerações atuais sem o comprometimento desta possibilidade para as gerações futuras (SOMPRÉ, Ijuí, 2007).

O debate sobre o tipo de sustentabilidade que se espera promover abrange diferentes aspectos, nem sempre relacionados apenas com a questão ambiental ou social, mas também com questões econômicas e políticas. Outro aspecto a ser destacado é que a expressão sustentável, aos poucos, solidificou um significado independente da palavra desenvolvimento. Já que a palavra desenvolvimento fica mais adequada a um processo contínuo ou evolutivo, nem sempre viável diante das limitações dos recursos naturais.

Para viabilizar o conceito de uma sustentabilidade promotora de equilíbrio ambiental e da equidade social, o domínio sobre um maior conhecimento e maior reflexão, necessita também do surgimento do consumo consciente e do consumo responsável, também denominado, embora com menor frequência, consumo verde. Parece válido diferenciarmos as duas primeiras expressões, que diferentemente de consumo verde (termo que precisa de caracterização para ser compreendido), nos possibilitam ideias distintas entre si.

O consumo consciente ocorre quando existe uma noção do seu impacto sobre a vida no planeta, mas nem por isso ele deixa de acontecer. Perceber materialmente o efeito do consumo consciente é uma tarefa complexa de distinguir, já que a consciência empregada não se formaliza com a ação. Pode-se dizer responsável o consumo que fazemos com a intenção de diminuir as consequências nocivas ao meio ambiente, podendo inclusive influenciar o aspecto quantitativo de um consumo.

Embora a distinção entre consumo consciente e consumo responsável pareça ser um aspecto de menor importância diante da grandiosidade da proposta em discussão, percebe-se na expressão “consumo responsável” um maior comprometimento da ideia com a ação. A consciência sozinha nem sempre faz com que os indivíduos se responsabilizem por seus atos.



Já o termo responsabilidade evidencia compromisso com a idéia ou ação e, associado à palavra consumo, caracteriza o impacto ou a extensão do efeito do ato de consumir, que portanto, não deveria ocorrer sem que se considere o comprometimento com contexto onde ocorre.

Por isso, entre as duas expressões – consumo consciente x consumo responsável, parece que consumo responsável é a mais adequada para uma prática concreta das ações que visam reduzir o desperdício de recursos naturais.

É o consumo responsável, enquanto ato reflexivo sobre a utilização de um produto, desde sua aquisição até o seu descarte, que poderá ser utilizado como mecanismo de resistência à padronização cultural imposta pela incorporação do capitalismo em diferentes partes do mundo. Uma vez que o impacto exercido pelos consumidores médios nos ecossistemas naturais dos países mais industrializados, chamado de pegada ecológica – é bem maior que o dos países de menor renda. Para manter o padrão de consumo das sociedades industrializadas será preciso encontrar outros quatro ou cinco planetas Terra.

Já surgem expressões novas que apareceram primeiramente nos Estados Unidos, em virtude das oscilações econômicas do mercado mundial, e preconizam o desuso da “moda consumista”, é o recessionismo. Segundo o Blog Jogo Limpo, a pessoa recessionista se orgulha de consumir pouco e despreza marcas famosas nas roupas que usa. Contribuindo para a redução do consumismo desenfreado dos tempos atuais, este novo “padrão de consumo”, ou de comportamento, poderá ser utilizado de maneira sistemática com a adoção de uma metodologia educativa sobre os “erres” da ecologia, a saber: Reduzir, Reutilizar, Reciclar, Repensar, Reintegrar e até mesmo, Recusar.

Existem diferentes proposições sobre a utilização de “erres” como forma de resistência ao processo de degradação ambiental, mas embora estas não sugiram exatamente os mesmos princípios, possuem basicamente o mesmo propósito. Então, reduzir significa economizar; reutilizar propõe o aproveitamento total de tudo o que se consome; reciclar é o aproveitamento do que não pode ser reduzido ou reutilizado; repensar nossos atos e reintegrar aquilo que a natureza tiver capacidade de renovar.

Diante da necessidade da visão múltipla sobre a ordem das coisas, surge como forma inquestionável de poder, o domínio do conhecimento científico-social sobre todos aspectos da existência, neste sentido é a educação formal e não-formal o caminho mais adequado para a humanidade alcançar algum resultado na busca do desenvolvimento sustentável. A utilização dos “Erres” ecológicos poderia ser estimulada como prática pedagógica nas séries iniciais e ampliada gradativamente para reflexões mais complexas, à medida que, os alunos aumentassem sua faixa etária, consolidando a prática do consumo responsável já dentro da escola. Buscando alternativas viáveis para a mitigação dos danos ambientais, os resultados positivos para todos, poderão ser percebidos em menor espaço de tempo.

### ***Algumas experiências***

As proposições para a redução dos danos ambientais surgem a todo instante e para que sejam adotadas pela maior parte da população mundial, precisam ser divulgadas e estimuladas através de campanhas ou iniciativas como as aqui são mencionadas.

É através do repensar proposto por movimentos sociais novos e questionadores, e da valorização da educação ambiental que poderemos mudar os comportamentos sociais fazendo-os mais comprometidos com a preservação de um ambiente saudável para a vida de todos.

O Google, conhecido mecanismo de busca da WEB, por exemplo, em parceria com o Eco4planet Blog, desde agosto de 2009 está promovendo uma página de busca alternativa, onde para cada 50.000 acessos uma árvore será plantada, revertendo facilmente o uso da tecnologia em benefício ecológico. Até mesmo a apresentação da página da Eco4Planet é na cor preta para reduzir o consumo de energia do monitor de um computador. Iniciativas e ações como estas interferem nos conceitos do que é certo ou errado, contribuindo para a reflexão sobre nossas condutas.

Estratégias de combate ao consumo deveriam ser incentivadas de maneira mais sistemática em escolas e universidades para que gradativamente as sociedades conseguissem repensar seus espaços dentro da natureza, além de contribuírem para que valores mais saudáveis à nossa existência como espécie animal sejam praticados na promoção da satisfação da maioria.

A imagem de responsabilidade social contribui para a boa reputação de uma empresa e estando cientes da influência deste papel até mesmo para sua saúde financeira, muitas buscam implantar projetos que viabilizem o uso dos “erres” ecológicos em suas rotinas.

No Rio de Janeiro, o supermercado Pão de Açúcar lançou em 2008 um projeto de reciclagem pré-consumo em 21 lojas de sua rede, o Caixa Verde, como incentivo ao cliente para descartar as embalagens de plástico, papelão e papel antes de levar suas compras para casa. Por exemplo, a embalagem da pasta de dente pode ser depositada na caixa verde e o cliente leva apenas o tubo. As doações são voluntárias. Também as lojas do Boticário disponibilizam uma caixa verde para os clientes devolverem suas embalagens pós-consumo.

A iniciativa do uso de sacolas retornáveis nas compras tornou-se outro recurso para a valorização da responsabilidade social das pessoas e das empresas quanto ao uso abusivo dos recursos naturais com a excessiva utilização de produtos descartáveis. Em São Paulo, esta preocupação ficou mais evidente desde 2008 com a criação do Programa de Qualidade e Consumo Responsável de Sacolas Plásticas.

Outra experiência interessante vem sendo desenvolvida pela Editora Abril SA, com o auxílio de mais algumas parcerias, ao distribuir junto com as edições de suas revistas um encarte denominado Manifestos e mídias com diversos títulos e sob a responsabilidade da organização Planeta Sustentável, que mantém simultaneamente um site de mesmo nome.

Planeta Sustentável, um movimento de comunicação que promove o debate na área de ambiente, urbanismo, políticas públicas e responsabilidade corporativa, tem como objetivo principal a discussão da sustentabilidade para o grande público e já atua há três anos. Suas publicações promovem a discussão e informam sobre iniciativas educativas para a promoção do desenvolvimento sustentável.

Para que as pessoas adquiram novos hábitos de consumo é preciso repensar a dinâmica da produção capitalista e a educação é uma das principais formas de se conseguir isto, ainda assim esta é uma tarefa árdua e demorada que sozinha não poderá reverter o processo de degradação em que se encontra o meio ambiente hoje. Outras soluções que amenizem os danos ao meio ambiente natural deverão ser adotadas e embora pareça óbvio que o consumo desnecessário deve ser evitado, é muito importante que saibamos consumir melhor.

Repensando nossos hábitos diante da realidade ambiental do planeta ficará mais próximo de todos à viabilização do desenvolvimento sustentável e a educação ambiental é o meio mais eficaz para que isso aconteça o quanto antes.

## MATERIAIS E MÉTODOS

Inicialmente foi feita uma pesquisa bibliográfica reflexiva sobre a necessidade de conter o consumismo, com o incentivo ao questionamento dos motivos que nos levam à aquisição de algum produto e a adoção de ações que fortaleçam a educação das pessoas quanto à importância de preservar o meio ambiente natural de nosso planeta, tão prejudicado pela atuação do homem na busca da sobrevivência e do desenvolvimento.

O levantamento das diferentes perspectivas sobre a sociedade capitalista mundial, o consumo e a degradação do meio ambiente; demonstra a necessidade de se construir as bases de um consumo responsável que possa contribuir para o desenvolvimento da educação ambiental no cotidiano das pessoas, fazendo-as repensar suas posturas como consumidores dentro do processo da globalização.

Após uma prática educativa realizou-se a pesquisa de campo. Esta se deu com um método indutivo sob a forma de questionário fechado, onde as respostas eram objetivas, com a intenção de definir facilmente o que percebiam os entrevistados sobre seu próprio consumo cotidiano.

As perguntas do questionário utilizado na pesquisa de campo foram as seguintes: O que levou a consumir os itens que levaste do mercado nesta semana? Todos os produtos consumidos hoje em tua rotina são essenciais ao teu dia-a-dia? Todos os produtos consumidos hoje em tua rotina valem o custo pago por eles? Avalias que o consumo de tua família pode ser considerado responsável? Como caracterizarias um consumo responsável?

Retomando a revisão bibliográfica em contraposição aos subsídios levantados pela pesquisa de campo e o relato de experiências concretas na redução do consumo através da aplicação da prática dos “erres” ecológicos (reduzir, reutilizar, reciclar e repensar); este material serviu de base para análise e interpretação de como é possível incentivar o consumo responsável para contribuir com uma educação ambiental favorável a consolidação do desenvolvimento harmonioso das sociedades e da preservação da vida em nosso planeta.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

O padrão de responsabilidade sobre o consumo torna-se simples quando questionamos nossas motivações para o ato em si, isto é, quando nos conscientizamos da necessidade de usufruir ou não um bem que desejamos obter. Antes de se comprar ou consumir as pessoas deveriam ser incentivadas ao questionamento: “Para que desejo tal produto? Qual a importância dele em minha rotina? Seu custo compensa seu uso? E os efeitos de sua utilização para o meio ambiente? Refletindo as respostas sobre essas simples perguntas, rapidamente define-se o que é essencial e o que é supérfluo, estabelecendo-se um padrão de consumo responsável.

Com o intuito de averiguar até que ponto as pessoas, focando mais especificamente os jovens, estão dispostas ao consumo responsável, utilizou-se um breve questionário como pesquisa de campo. Este questionário foi aplicado ao mesmo grupo de alunos (60 indivíduos) do terceiro ano do *Ensino Médio do Colégio Estadual São Sepé* que havia elaborado o texto crítico sobre o filme *História das Coisas*, portanto, que já haviam oportunizado instantes de reflexão sobre o assunto em seu aspecto mais amplo.

O questionário que embasou esta pesquisa de campo continha perguntas diretas com respostas objetivas entre duas ou mais opções de escolha. Os questionamentos foram os seguintes: O que o (a) levou a consumir os itens que buscaste no mercado nesta semana? Todos os produtos consumidos hoje em tua rotina são essenciais ao teu dia-a-dia? Todos os produtos consumidos hoje em tua rotina valem o custo pago por eles? Consideras que o consumo de tua família pode ser considerado responsável? Como caracterizarias um consumo responsável?

Nas respostas à primeira pergunta do questionário percebe-se claramente que além da necessidade (87% das respostas), também a satisfação (54% das respostas) influenciou o consumo dos jovens, sendo que a curiosidade por inovações ou o baixo custo da mercadoria, pouco influenciaram as compras da semana da pesquisa.

Pelas respostas dadas no questionário, torna-se evidente que os alunos percebem o consumo desnecessário como um comportamento característico da sociedade. Uma vez que, do total de alunos, 60% deles quando perguntados se os produtos consumidos em sua rotina eram essenciais, responderam que “não”. Este resultado torna-se contraditório quando o mesmo índice é apresentado positivamente, como “sim”, quando perguntados se consideravam o consumo de sua família como um “consumo responsável”.

Pode-se interpretar tal contradição como uma evidência da dificuldade existente na identificação das razões que nos levam ao consumo e se estas são realmente legítimas – isto pode estar ocorrendo pela influência da mídia sobre as ações humanas ou porque há um despreparo, isto é, uma falta de informação que venha a contribuir para a conscientização no consumo, o consumo responsável.

## CONCLUSÕES

Pelos resultados obtidos nas respostas ao questionário pode-se concluir que a maioria dos jovens reconhece que o consumo responsável é aquele que prioriza o atendimento das necessidades básicas (87% das respostas) e que também considera se o produto é de boa qualidade (67%). No entanto, uma parcela considerável (54%) deles tinha considerado a “satisfação” como um dos fatores, além da necessidade, que também os tinha levado ao consumo naquela semana, evidenciando a influência de algum outro mecanismo que impulsiona as pessoas ao consumo (seria a propaganda ou o baixo custo), fazendo com que a reflexão sobre o ato fique para um segundo plano.

Sem dúvida, a utilização do consumo responsável é um ótimo caminho para contribuir com este processo de recuperação dos recursos naturais de nosso planeta e para isto, precisamos utilizar cotidianamente os Erres, pelos menos os quatro mais utilizados: reduzir, reutilizar, reciclar e repensar. Onde Repensar, embora tenha sido integrado aos demais posteriormente, seja de

fundamental relevância por sugerir a reflexão, a maneira mais eficiente de internalizarmos o conhecimento como um valor maior, necessário a nossa existência como indivíduos.

A natureza não resistirá à degradação que vem sofrendo pela ação antrópica por mais muito tempo, faz-se urgente a necessidade de repensar o atual modelo produtivo e a globalização, para que todas as espécies de vida sejam preservadas, incluindo o próprio homem. Desta forma, torna-se imprescindível que algumas formas de resistência ao consumo sejam incentivadas e desenvolvidas, já que assim a humanidade poderá dedicar mais tempo a necessidades sociais mais relevantes e evitar um maior desastre ambiental.

Considerando-se a amplitude do problema ambiental que vivenciamos e a complexidade da discussão sobre as possíveis soluções, a reflexão sobre nossas ações, tanto individuais quanto coletivas, como seres sociais que dependem mutuamente do convívio com outras formas de vida, é inevitável e urgente.

Refletir é repensar, e o repensar ocorre de maneira mais espontânea com o domínio do conhecimento sobre o assunto em discussão. Para que se amplie o debate e ocorra um procedimento reflexivo sobre os efeitos de nossas ações no meio ambiente natural, a educação ambiental tornou-se assunto obrigatório ao cotidiano da humanidade, podendo ocorrer de maneira formal ou informal.

Então, dentro da educação ambiental, o incentivo ao consumo responsável surge como assunto notório, mas de abordagem ampla e difícil definição, o que traz obstáculos para a consolidação desta prática no cotidiano das pessoas. Assim, repensar o consumo é um aspecto de grande relevância, que poderá evitar grande desperdício de recursos naturais.

É na escola, dentro da sala de aula, que a educação ambiental poderá receber o respaldo necessário para atingir grupos sociais cada vez maiores. O emprego dos “erres” ecológicos e a reflexão sobre eles, já reflete esta possibilidade, e muitas outras estratégias poderão ser criadas e aplicadas em sala de aula.

O consumo responsável aqui sugerido para que seja adotado como conduta pessoal, também poderia colaborar para a diminuição das desigualdades sociais e uma melhoria na qualidade de vida à medida que, sem nos preocuparmos tanto em acumular ou consumir bens, poderíamos usufruir melhor do tempo e do convívio com as pessoas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A **HISTÓRIA DAS COISAS** (Versão Brasileira) Um projeto da comunidade PERMACULTURA no Orkut. IN: <http://sununga.com.br/HDC/index.php?topico=display>, em agosto de 2009.

BECK, Ulrich . **Sociedade Global, Sociedade de riscos**. *Sociedade Global, Sociedade de riscos*. Ulrich Beck. Apresentação. Luiz Fernandes de Assis, editor dos Cadernos da Escola do Legislativo. IN: [www.almg.gov.br/CadernosEscol/Caderno7/sociedade.pdf](http://www.almg.gov.br/CadernosEscol/Caderno7/sociedade.pdf) , em 5 de agosto de 2009

CARDOSO, F. H, e ALENCAR – Desenvolvimento Sustentável: variações sobre um mesmo tema, **Revista Ciência e Ambiente**, nº 3, Editora UFSM, Dez.1991.

CAPRA, F. **As conexões ocultas – ciência para uma vida sustentável**. São Paulo: Ed. Pensamento – Cultrix, 2002, 296 p.

CIDIN e SILVA, **A pegada ecológica em relação ao homem, à natureza e à cidade**. IN: [http://www.ecoeco.org.br/conteudo/publicacoes/encontros/v\\_en/Mesa3/1.pdf](http://www.ecoeco.org.br/conteudo/publicacoes/encontros/v_en/Mesa3/1.pdf), em 11 de novembro de 2009.

COLPO, E.E. **O consumo como uma prática cultural**. Monografia de Graduação, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria; 2005. 50 p.

GOLEMAN, Daniel. **Inteligência ecológica: o impacto do que consumimos e as mudanças que podem melhorar o planeta**. Rio de Janeiro: Elsevier / Campus, 2009, 264 p.

GUIDDENS, Anthony. **Sociologia**. Porto Alegre: Artmed, 2005, 598 p.

HARVEY, David. **Espaços de Esperança**. São Paulo: Edições Loyola, 2004. 382 p.

KITAMURA, P.C. **Agricultura e desenvolvimento sustentável: uma agenda para discussão**. São Paulo: Colombo. 1994. 206 p.

OLIVEIRA, Pécio S. **Introdução à Sociologia**. São Paulo: Ed. Ática, 2008, 140 p.

PIETROCOLLA, L.G. **O que todo cidadão precisa saber sobre sociedade de consumo**. São Paulo: Ed. Global, 1987, p.40 - 80.

SOMPRÉ, J.S. **Políticas Públicas e Sustentabilidade: Projeto RS Rural na terra indígena Guarita – Setor Três Soitas** Ijuí, 2007. IN: <http://www.comin.org.br/news/publicacoes/1207074533.pdf>, em 03 de novembro de 2009.

**Blog Jogo Limpo**. IN: <http://projetojogolimpo.blogspot.com/2009/06/consumismo-esta-fora-de-moda.html>, em 30 de outubro de 2009.